



2020年全国乘用车 累计销量 1928.8万辆

文/图 羊城晚报记者 张爱丽

近日,全国乘用车市场信息联席会(以下简称“乘联会”)发布最新统计数据,2020年12月,国内狭义乘用车销量为228.8万辆,同比增长6.6%,连续6个月实现7%左右增速。细分来看,SUV市场表现优于轿车市场,销量达到108.4万辆,同比增长9%;轿车销量为106.7万辆,同比增长4.7%。

2020年,国内狭义乘用车全年累计销量为1928.8万辆,同比下滑6.8%,较1-11月累计销量提升了1.5个百分点。

对此乘联会秘书长崔东树分析表示,这主要是受宏观经济和出口市场超预期回暖的影响,尤其是欧美疫情背景下,中国车市出口表现依然较强劲,稳定了消费信心。崔东树认为,2020年下半年新能源车市回暖态势明显,推动整体乘用车市场走强。

新能源汽车方面,2020年12月,国内新能源乘用车批发量达到21万辆,同比增长53.6%,环比增长15.6%。其中,

纯电动车销量为17.6万辆,同比增长45.9%;插电式混合动力车销量3.4万辆,同比增长111.7%。

从销量结构来看,2020年12月的新能源乘用车市依然保持着“高低两端”车型快速增长的态势。乘联会数据显示,2020年12月,A00级电动车销量为5.7万辆,占整个纯电动车市场的32%;A级电动车占比为28%;B级电动车占比为23%。

从国内新能源乘用车企销量来看,2020年12月销量突破万辆的车企有五家,分别为上汽通用五菱、比亚迪、特斯拉、上汽乘用车、长城汽车。除此之外,蔚来、理想、威马、小鹏、合众、零跑等造车新势力在2020年12月的销量表现也同样优秀。

根据乘联会数据,2020年,国内新能源乘用车累计批发量为117万辆,同比增长12%;累计零售量为110.9万辆,同比增长9.8%。

“2020年的新能源车市新动能已经体现,高端的特斯拉和微型电动车的宏光MINI EV成为拉动市场增长的中坚力量。”崔东树表示,新能源车核心是加速降低成本,满足更多消费者需求,这是行业可持续发展的关键推动因素。

对于2021年1月车市的走势,乘联会认为将迎来销量量增的“开门红”。“首先是由于出口市场表现超预期,国内大部分企业下半年效益较好,年末红包奖励等较大,奠定节前购车消费的基础。其次是经济持续回暖,居民消费信心和购买力恢复,因此对车市回暖起到较强的推动作用。”崔东树说。



2021年中国汽车市场将实现缓慢正增长

汽车促消费政策持续加力。在近期商务部等12部门联合出台促进汽车消费政策后,天津等地陆续出台了新的促汽车消费措施。中国汽车工业协会预计,2021年中国汽车市场将小幅正增长。

商务部等12部门日前联合印发了提振大宗消费、重点消费和释放农村消费潜力的若干措施,鼓励汽车限购城市优化限购措施,增加号牌指标的投放。此外,为了促进农村市场消费,将开展新一轮汽车下乡和以旧换新,鼓励有条件的地区对农村居民购买3.5吨及以下货车、1.6升及以下排量乘用车,对居民淘汰国Ⅲ及以下排放标准汽车并购买新车给予补贴等。

地方政府也在加大新一轮促汽车消费的政策力度。天津市日前对进一步

促进汽车消费的补充措施面向社会公开征求意见。根据新的政策,2021年计划新增小客车个人增量指标配置额度35000个。放宽个人增量指标申请条件,放宽京、冀户籍以外的非天津市户籍人员参与小客车个人增量指标竞价条件等。

根据中国汽车工业协会统计的重点企业旬报情况预估,2020年12月,中国汽车行业销量预估完成280.2万辆,同比增长达到5.4%。2020年全年,中国汽车行业累计销量预估完成2527.2万辆,同比下降1.9%。

2020年,新冠肺炎疫情对中国汽车产业造成了重大影响。在国内疫情得到有效控制后,中国汽车业克服了国内外供应链断裂和零部件短缺的困难,迅速恢复生产。在国家一

系列政策支持下,汽车产销两旺,连续9个月实现正增长,月度生产创历史新高。

尤其是新能源汽车,在补贴大幅退坡的不利因素下,在2020年2月之后,销量逐月攀升。2020年前11个月,新能源汽车销售完成110.9万辆,同比增长3.9%,成为中国汽车市场首个实现增速由负转正的细分领域。2020年全年新能源汽车销量将达到130万辆。

中国汽车工业协会副秘书长叶盛基预计,2021年我国新能源汽车销量增速很可能超过30%,达到180万辆。中国汽车工业协会预计,2021年中国汽车市场将实现缓慢正增长,汽车销量预计将达到2630万辆,同比增长预计在4%左右。

(新华社)

促消费政策加力 2021年汽车市场 有望正增长

广汽集团 2020年全年销售汽车 突破204万辆

文/图 羊城晚报记者 戚耀琪

在应对复杂外部环境及疫情的空前挑战下,2021年1月6日,广汽集团发布了2020年12月产销快报。数据显示,2020年广汽集团生产汽车共计203.5万辆,逆势增长0.5%;销售汽车204.4万辆,同比微降0.9%,产销增速跑赢行业大势。

去年二季度以来,广汽集团连续8个月产量实现同比正增长。此外,广汽集团打破常规,积极开拓数字化营销,以直播卖车、VR看车等方式促进汽车销售,销量累计降幅自去年4月起逐月收窄,自去年7月起月销量同比连续保持10%以上的增长。

主力车型方面,2020年广汽集团旗下合计有8款车型累计销量超10万辆,其中雷凌系列和雅阁系列两款车型累计销量超20万辆,分别达到226683辆和210574辆。其他车型方面,凯美瑞系列2020年全年累计销量185140辆,皓影系列累计销量156306辆,缤智累计销量150363辆,传祺GS4系列累计销量127108辆,YARIS L家族累计销量113736辆,凌派系列累计销量113379辆。

自主品牌方面,广汽自主品牌“双子星”广汽传祺与广汽埃安均取得不俗成绩。去年12月,广汽爱信自动变速器有限公司及广州祺盛动力总成有限公司二工厂两大项目竣工开业,进一步完善了广汽传祺的智能制造体系和供应链体系,为广汽自主品牌事业发展提供了强劲动力及可靠保障。

广汽集团的新能源乘用车去年1-12月销量达76662辆,同比增长34.8%,其中自主新能源销量60915辆,同比增长44.3%。自主品牌“双子星”另一成员广汽埃安销量劲增。根据统计,广汽埃安去年1-12月销量60033辆,同比高增42.9%。

作为广州市引进的首个高端动力电池制造项目,去年12月28日,时代广汽动力电池有限公司主厂房正式封顶,标志着广汽集团新能源汽车产业链核心零部件战略布局取得阶段性成果。据了解,时代广汽动力电池有限公司由广汽集团、广汽埃安新能源汽车和宁德时代共同出资建设,主要开展锂离子电池、动力电池、储能电池的开发、生产和销售业务,项目总投资42.3亿元。



2020年,国内狭义乘用车全年累计销量为1928.8万辆

敢为砺行

东风日产2020销量逆势上扬

全价值链抗疫破困

面对2020年年初的巨大挑战,东风日产迅速应变,采取全价值链体系协调的措施突破困境,积极复工复产,为经销商、用户排忧解难。

早在去年1月28日,东风日产率先发布《东风日产2020新春开工指引》,明确支持经销商的“十六方针”。通过减负释压、政策松绑、供给保障、平台赋能的措施,与经销商一起共渡难关。这里面包括了对经销商实行返利补贴、贴息支持等务实有力的支持。并且取消一季度考核,以此减轻经销商考核压力。

紧接着,为了让用户能够获得安心服务,东风日产联合全国专营店,推出了“4大行动,10项举措”,在细节中体现了东风日产贴心的服务。其中,有通过保障工作人员、营业区域卫生安全让客户到店放心,减少客户到店购车忧虑,体现人文关怀。还有通过24小时救援服务、预约延时服务、上门取送车服务和在线车辆服务给予客户暖心关怀等共计10项暖心举措。

果断的措施,让我们看到东风日产始终与经销商伙伴携手并进,切实做到想用户所想,急用户所急,展现大企业应有的担当和责任。通过以上的措施,东风日产最大程度降低了疫情的冲击。东风日产在2020年3月实行终端销量52301辆,环比猛增335%;一季度累计终端销量达到了156495辆。

技术突破品牌焕新

即使在充满逆境的情况下,东风日产还在按照自己的节奏稳步前行。技术上的突破和品牌焕新,不仅让东风日产重新定义了汽车技术的高标准,还彰显出东风日产的品牌自信。

2020年,可以说是“技术日产”大回归,海量的高科技亮相并搭载在众多车型上面。东风日产的ProPILOT超智驾、VC-TURBO超变擎、Nissan Connect超智联、e-POWER和Zero Emission日产纯电五大核心技术,实现了进一步加速日产智行落地中国,将五大核心技术进一步落实到产品实处,带来更贴合中国消费者需求、更高品质、更高智能的产品,为用户提供更智能的出行解决方案。在成都车展,发布Nissan Connect超智联,并在2021款骐达、2021款劲客率先搭载。去年8月,日产L2级自动驾驶辅助系统ProPILOT超智驾亮相,目前已搭载于天籁、奇骏和逍客3款车型。在北京车展现场,技术日产集大成者——全新纯电跨界SUV车型Ariya首次与中国消费者见面。紧接着的广州车展,“日产动力天团”发布,2021年将有三款全新动力车型上市。

如果说技术的突破让东风日产继续引领行业发展,那品牌焕新则让东风日产对外展示了强烈的品牌自信。2020年9月24日,NISSAN在中国掀起有史以来规模最大的品牌焕新行动,完成了



全新形象、全新主张、全新技术和全新产品四大维度的焕新。值得一提的是,这是继去年7月15日,日产全新LOGO发布和全新跨界纯电SUV车型Ariya首发后,首次面向单一市场进行品牌全面焕新。此次的焕新发布,也采用了让人耳目一新的发布形式。以线上、线下联动的形式,展现全新品牌标识。当天,东风日产集结刘柏辛、周涛等6位明星,举办了一场线上品牌之夜直播盛宴,同时线下在郑州、广州、上海、武汉等8座城市以无人机矩阵点亮夜空,宣告品牌换标与全面焕新。

过去的2020年是我国汽车市场经历跌宕起伏的一年。从整体来看,我国汽车销量有望超过2500万辆,同比降幅可能收窄到2%以内,从中折射的是今年各大汽车企业奋勇脱困、收复失地、迎难而上的集体意志与成果。其中,东风日产在这一年经历了许多挑战,也实现了自我突破。面对前所未有的逆境,东风日产发挥出“敢为”的精神,从疫情应对、品牌焕新到实现百万销量达成等方面持续发力,在逆境中引领着销量上扬。

开创出营销新模式

疫情下的汽车市场,面临着各种制约。东风日产顺应时代需要,开创出众多的营销新模式。东风日产结合实际情况,积极采用线上营销,从而打破了空间局限,直达用户,让用户感受到温情,取得良好效果。为了让更多用户,让爱意传递给千家万户,东风日产独辟蹊径,打造出一场别开生面的云上家宴。2800万网友通过抖音等平台观看了这场直播。实力戏骨何冰、“蜜桃主任”周涛、国民村夫李锐和中餐厅主厨林述巍联袂出场,带来一场暖心综艺大秀。这场“云上家宴”是东风日产献给全国1200万车主家人的宠粉盛宴,将NISSAN FAMILY DAY第二季推向高潮。

在这场主题为“万千N爱 值得期待”的直播活动中,东风日产发布了主流合资车企中首个文创IP“NISSAN好物”,并为千万车主带来更安心、更温暖、更优越的服务升级。本次“云上家宴”延续了NISSAN FAMILY车主家宴传统,在这个特殊的年份里,打破时间与空间的隔阂,与车主家人云上“约饭”,带来了一场有料、有梗、更有温度的“云聚会”。

东风日产的创新营销有着与其他品牌差异化的优势,不止走出,还跨界破圈。通过不同的车型营销新形式,抓住用户的心,拉近与用户之间的距离。第七代天籁首创云上天籁音乐会,携手朴树、叶蓓等5位音乐人,聆听自然声



创新高百万销量达成

东风日产在行业整体下降的情况下,保持着逆境而上的积极态度。通过对疫情积极应对,为经销商解困,营销手段的不断革新,技术上的突破等多种措施,使得东风日产在2020年在销量上交出了一份优秀的“成绩单”。

东风日产在2020年12月收获终端销量132883辆,同比增长2.8%,连续9个月实现销量正增长,2020年全年终端销量1133186辆,以有目共睹的强大韧性破“疫”复苏,以稳健之势跑赢大盘。

值得一提的是,东风日产爆款车型销量形成全面开花的态势。轩逸组合在连续8个月蝉联乘用车销量冠军后,全年终端销售537642辆,同比大增15.4%。2021款天籁去年12月终端销量16026辆,同比劲增30.4%,全年终端销量118088辆。SUV阵营去年1-12月累计终端销量达成386917辆。其中2021款奇骏去年12月累计终端销量21356辆,同比增长12.2%,全年累计终端销量169582辆。2021款逍客,去年12月累计终端销量19149辆,同比增长13%,全年累计终端销量157642辆。

2020年是不平凡的一年,东风日产以优异的表现实现了完美收官。新技术、新品牌、新模式助力东风日产向未来迈出坚实的步伐。展望未来,东风日产将进一步践行“敢为”精神,坚定“以5大技术应对多元市场变化”的发展战略不偏航,推动全价值链体系向智能化、为消费者构建更美好的人·车·生活。(杨广)